



## DAFTAR PUSTAKA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Bacal, R. (2004). *Manager's Guide to Performance Reviews*. United States: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Cooper, D. R., Schindler, P. S., & Gania, G. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: McGraw-Hill Education dan Salemba Empat.
- Edrin, F., & Fhatiyah, N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Kasus Pada Event Free Photocard BTS Tokopedia). *Universitas Katolik Musi Caritas*.
- Ghozali, M. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Juliet, J. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KEMBALI JASA ANTAR OJEK ONLINE MEREK GRAB-BIKE DI JAKARTA PUSAT. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, 17th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2009). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kristian, G., Welsa, H., & Udayana, I. B. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta*.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communications*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.,
- Lestari, A. P. (2022, October 18). *10 Rekomendasi Brand Skincare Lokal Terbaik (Terbaru 2023)*. Retrieved from CekList: <https://ceklist.id/11500/brand-skincare-lokal-terbaik/>



Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mathis, I. R., & Jackson, J. H. (2010). *Human Resource Management, 13th Edition*. Ohio: Cengage Learning.

Namira, I. (2022, Desember 22). *7 Pencapaian NCT Dream di 2022, Triple Million Seller hingga Daesang!* Retrieved from IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/korea/kpop/siti-anisah-2/pencapaian-nct-dream-di-2022-clc2?page=all>

Pambudi, A. (2018). PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TEPUNG TERIGU CAKRA KEMBAR PADA PT. ISM BOGASARI FLOUR MILLS SURABAYA (Studi Pada Pedagang Mie Ayam Di Surabaya). *Universitas Muhammadiyah Surabaya*.

Pintubatu, C., & Saputri, M. E. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA. *Universitas Telkom*.

Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang*.

Putra, A. M. (2020). PENGARUH DIMENSI BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi pada pengguna Bukalapak di Malang). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.

Putra. (2020, Juli 20). *Somethinc, Brand Kosmetik Lokal dengan Kualitas Internasional*. Retrieved from Indie Market: <https://indiemarket.news/somethinc-brand-kosmetik-lokal-dengan-kualitas-internasional/>

Putri, C. N. (2022, February 8). *Kolaborasi dengan NCT Dream, Brand Kecantikan Lokal Ini Sediakan Special Package*. Retrieved from parapuan: <https://www.parapuan.co/read/533133076/kolaborasi-dengan-nct-dream-brand-kecantikan-lokal-ini-sediakan-special-package?page=all>

Royan, F. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2017). *Integrated Marketing Communications, 10th Edition*. Boston: Cengage Learning.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Milik  
Berkas  
Institusi  
Kwik Kian Gie  
Institusi  
Bisnis  
Kwik Kian Gie

1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Mengutipkannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Syamsiyah, M. N. (2022, Maret 15). *Bincang Karier dengan Irene Ursula, Sosok di Balik Brand Kecantikan Somethinc*. Retrieved from Kumparan Woman: <https://kumparan.com/kumparanwoman/bincang-karier-dengan-irene-ursula-sosok-di-balik-brand-kecantikan-somethinc-1xgWY9kmA6Z>

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Jakarta: PT Indeks Komplek Gramedia.